



**Sébastien BROCANDEL et Olivier VIGNEAUX
nommés Vice-Présidents de la Délégation Customer Marketing de l'AACC**

Paris, le 25 septembre 2018 – **Yan CLAEYSSEN**, Président de la délégation Customer Marketing de l'AACC, nomme deux Vice-Présidents : **Sébastien BROCANDEL et Olivier VIGNEAUX**.

Sébastien BROCANDEL, Président de Pschhh et **Olivier VIGNEAUX**, CEO de BETC Digital, se partageront avec **Yan CLAEYSSEN**, l'animation et la représentation des 33 agences membres de la délégation. Ils l'accompagneront dans le déploiement de sa feuille de route.

La délégation Customer Marketing rassemble des agences dont le métier est d'accompagner les marques dans leur stratégie marketing centrée sur le client. La connaissance client, l'interaction avec celui-ci via l'ensemble des canaux web, mobile, réseaux sociaux, magasins, et mailing constituent les principaux leviers déployés et mesurés. Elle a pour objectif d'apporter une réflexion sur les consommateurs et les métiers du Customer Marketing afin d'anticiper les évolutions et préparer l'avenir.



Sébastien est diplômé d'orthophonie en 1999, il conçoit un logiciel d'apprentissage de la lecture labiale avant d'enseigner l'aphasiologie en faculté de médecine. Il s'intéresse à l'émergence de la pensée et poursuit des études de neuropsychologie cognitive sur l'émergence de la pensée ce qui l'amènera à diagnostiquer et rééduquer des troubles du raisonnement logique. Début 2010, l'agence Pschhh le consulte pour concevoir des logiciels tactiles interactifs et il intégrera l'agence pour y diriger les projets digitaux, portés par l'arrivée de l'iPad sur le marché en 2011. Il lance les premières applications du groupe Carrefour, adidas France, Nikon. En qualité de Directeur de Création et fort de son approche sémiologique, il développe des programmes de brand content porteurs de sens (Parcours de Pro d'Engie, Talents Nomades de Fujifilm, le Trophée des Perles de Perle de Lait). De la stratégie digitale aux activations multi-canaux, il fait pétiller Ben&Jerry's, Brossard, Veuve Clicquot ou Chandon. Depuis 2016, devenu Président en charge de la création, il est garant d'une vision créative optimiste, pragmatique et performative.



Olivier est diplômé de l'EDHEC, il débute sa carrière en 1995 chez Young & Rubicam, en accompagnant en particulier les marques ultra-frais de Danone et l'enseigne Auchan. Il entre chez BETC en 2001 où il est en charge de la réflexion stratégique digitale de la plupart des grands clients de l'agence, de Air France à Evian (les Baby Rollers), en passant par le Groupe Accor ou Lacoste. Il rejoint EURORSCG 4D en 2005 pour en devenir Directeur Général en 2009. Il est ensuite nommé Président de BETC digital en 2013. Passionné par la transformation des entreprises et des marques dans le monde digital, il développe des programmes CRM d'envergure, comme ceux de Danone, (DanOn, prix Stratégies CRM 2015), de Sephora ou Savencia, il déploie des écosystèmes digitaux pour de grandes marques -de Schneider Electric à Moët & Chandon, en passant par France.fr ou Laroche Posay- ainsi que des services mobiles comme le City-Guide de Louis Vuitton. Co-fondateur du BETC Start-Up Lab il est également enseignant à Sciences Po Paris depuis 2013.

À propos de l'AACC

L'Association des Agences-Conseils en Communication, est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : talents, juridique, droit social, finance, développement durable. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC. www.aacc.fr

Contact :

Lorraine Roncin | Ironcin@aacc.fr | 01 47 42 27 26